

Screen 360

Téléviseur, smartphone, ordinateur : indispensables pour plus de 3 internautes sur 4

C'est ce que démontre la dernière vague de l'étude Screen 360 qui analyse l'utilisation et la complémentarité des écrans dans le cadre de la consommation de vidéo.

Les Français ne conçoivent plus la vie sans écran : 3 personnes sur 4 estiment indispensables ces objets technologiques – TV, ordinateur fixe ou portable, smartphone, tablette. Pour plus de la moitié (54%) des personnes interrogées, le téléviseur est l'écran préféré : pour sa taille, sa qualité d'image et son pouvoir de divertissement. L'ordinateur arrive en deuxième position - préféré par plus d'1 internaute sur 3 - suivi des équipements mobiles avec le téléphone mobile (6%), et enfin la tablette (4%).

Le téléviseur préféré pour la vidéo

Pour regarder des contenus vidéo sous toutes leurs formes, les utilisateurs plébiscitent le téléviseur. Un phénomène encore plus marqué chez les possesseurs de Smart TV qui multiplient les usages sur leur téléviseur.

L'ordinateur est quant à lui l'écran de substitution pour la vidéo : les internautes y visionnent le plus souvent des contenus gratuits en streaming, stockés (sur ordinateur, disque dur, clé USB) ou encore en replay.

Dernier écran en date, la tablette – moins répandue dans les foyers - vient ensuite, pour un usage assez proche de celui de l'ordinateur portable.

Les écrans s'associent

Adeptes des écrans, les utilisateurs les associent entre eux. Plus d'1 personne sur 3 a ainsi déjà relié son ordinateur à son téléviseur, principalement pour regarder des vidéos ou des photos sur grand écran.

Autre usage : près de 2 personnes sur 3 utilisent au moins une fois par semaine un autre écran – ordinateur, smartphone, tablette - en même temps qu'elles regardent la télévision. Une activité simultanée qui peut être ou non en lien avec le programme regardé à la télévision.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Screen 360 - 2013

Les utilisateurs associent également leurs écrans de manière séquentielle : plus d'1 personne sur 4 a déjà terminé de regarder sur ordinateur, téléphone mobile ou tablette un programme qu'elle avait commencé sur le téléviseur. Les raisons de ce changement d'écran : le souhait de regarder le programme dans une autre pièce ou bien l'utilisation du téléviseur par un autre membre du foyer.

Ainsi les individus organisent et coordonnent leurs écrans selon les lieux et les moments. Ils jouent de leur complémentarité au gré de leurs besoins pour regarder des contenus de plus en plus transversaux.

Screen 360

Screen360 a pour objectif d'identifier l'importance et la place de chaque écran dans la vie des individus, de mesurer et contextualiser la consommation vidéo par écran et d'approfondir les alliances réalisées entre les écrans. L'étude a été conduite par Internet auprès d'un échantillon de 4 230 internautes âgés de 15 ans et plus, du 12 juin au 1^{er} juillet 2013.

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél : 01 47 58 97 55

losmanian@mediametrie.fr